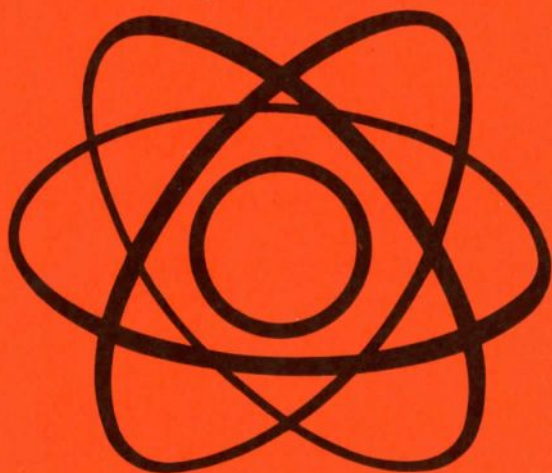


334.57(471)1423

SUUNTAVIIKAT



E-osuuskauppaliikkeen
periaateohjelma

Kuluttajapoliittinen
tavoiteohjelma

SUUNTAVIITAT



E-osuuskauppaliikkeen
periaateohjelma

Kuluttajapoliittinen
tavoiteohjelma

Ponsilauselma

Sisällysluettelo

SUUNTAVIITAT	5
E-OSUUSKAUPPALIIKKEEN PERIAATEOHJELMA	13
A. KULUTTAJAN ASEMA YHTEISKUN- NASSA	14
Kuka päättää tuotannosta	14
Tuotanto ja kauppa keskittyvät	15
Tulojako	15
Kenelle suunnitellaan	16
Kuluttajiin vaikutetaan	16
Kulutus kieroutuu	16
Luonnonvarat ja saastuminen	17
Kuluttajan vaihtoehto	18
B. KULUTTAJAT YHTEISTYÖSSÄ	19
Mitä on E-liike	19
Taloudellista demokratiaa	20
Keskeiset toimintaperiaatteet	21
Kaupallinen palvelu	22
Uudet kulutusmallit	22
Henkilökunta	23
E-liike yhteiskunnassa	24
Palvelujen saavutettavuus	25
Hyödykkeet ja kuluttaja	25
Yhteistyösuhteet	26

C. YHTEISTYÖTÄ JA SOLIDAARI- SUUTTA YLI RAJOJEN	28
E-OSUUSKAUPPALIIKKEEN KULUT- TAJAPOLIITTINEN TAVOITEOH- JELMA	33
KÄYTÄNNÖN KULUTTAJA- POLITIIKKA E-LIIKKEESSÄ	35
Luottamus	35
Markkinointi	36
Perustana tiedot	36
Valikoimat ja tuotekehittely	37
Valitukset	39
Hinnat	40
Kuluttajaneuvonta	40
Mainonta	41
Koulutustoiminta	43
Työntekijät	43
Luottamushenkilöt	43
Valistustyö	44
TOIMINTA KULUTTAJIEN ETUJÄRJESTÖNÄ	46
PONSILAUSELMA	49

Suuntaviitat

Ohjelmien tausta

Edistysmielisen osuuskauppaliikkeen toiminta on koko liikkeen olemassaolon ajan nojautunut kansainvälisen osuustoimintaliikkeen yhteisiin Rochdalen periaatteisiin ja KK:n edustajakokouksen hyväksymiin erillisiin ohjelmallisiin päätöksiin. Nämä ovat enimmäkseen olleet luonteeltaan käytännön toiminnan suuntaviittoja, jotka ovat toisaalta tämentäneet liikkeen osuustoiminnallista luonnetta, toisaalta ohjanneet ajankohtaisten kysymysten selvittämistä.

Suuntautuminen käytäntöön heijastuu monissa KK:n edustajakokouksille esitetyissä alustuksissa ja niiden pohjalta laadituissa ponsissa. Tämä ilmenee selvästi sellaisissa otsikoinneissa kuin Maataloustuote- ja tarvikekaupan kehittäminen edistysmielisessä osuuskauppaliikkeessä (1935), Sota-aika ja osuuskauppaliike (1941), Valtiojohtoisuus ja osuuskauppaliike (1942), Ostovoiman keskittäminen (1949), Määrähinnat kuluttajain rasituksena (1954), Kuluttajakasvatus 60-luvulla (1963) Henkilökunta ja sen kehittäminen (1964) Palvelusten saavutettavuus kaupan keskittyessä (1972)¹

1 Hallintoneuvoston hyväksymä

Ajankohdan ongelmat ovat näkyneet myös osuustoiminnallisen pohdiskelun sisällössä. Siinä on keskitytty seikkaperäisesti esim. osuustoiminnalliseen tuotantoon ja sen kehittämiseen kuluttajalle edulliseen suuntaan. Myös huoli talouselämässä tapahtuvasta keskittymisestä ja sen haitallisesta vaikutuksesta kuluttajalle on ilmennyt osuuskauppaliikkeessä käydyssä keskustelussa. Kuvaavia ovat olleet myös monet kooperatiivisen ajattelun piirteet, eli pyrkimykset luoda osuustoiminnallinen yhteiskunta.

Aikaansa kytkeytymisestä huolimatta kaikessa periaatteellisessa pohdiskelussa on säilynyt perinteinen, rochdalelainen pohja. Hyvin usein korostetaan osuuskauppaliikkeen kansanvaltaista luonnetta. Myös osuuskauppaliikkeen puolueettomuudesta puhutaan paljon. Se on tällöin ymmärretty uskonnollisena ja puoluepoliittisena sitoutumattomuutena. Yhteiskunnallisissa kysymyksissä osuuskauppaliikkeen ei kuitenkaan ole ajateltu olevan puolueeton, vaan aina vähäväkisten asian ajaja.

Yhtenäistä pitkän tähtäimen päämääriä ja liikkeen yhteiskunnallisia näkemyksiä kartoittavaa periaateohjelmaa E-liikkeellä sen sijaan ei ole ollut. Ehkä lähimpänä on Antero Rinteen esitys osuuskauppaliikkeen talouspoliittiseksi ohjelmaksi vuonna 1938.

Periaateohjelman tarve viime vuosina on kuitenkin tunnettu kipeänä. Ajautuminen nopeiden muutosten puristuksessa lyhyen tähtäyksen kaupalliseen kilpailuun on tuonut vastapainoksi vaatimuksen jäntevästä tavoitteiden ja päämäärien asettamisesta, mikä puolestaan helpottaisi myös osuuskauppaliikkeen markkinointipolitiikan täsmentämistä. Toisaalta jäsenistön aktivoituminen on heijastunut vaa-

timuksina voimistaa E-liikkeen aatteellisuutta ja määrittää selvästi yhteistyösuhteet.

Nämä näkökannat ilmenivät KK:n 56. edustajakokouksessa keväällä 1972 käsiteltäessä esitystä E-osuuskauppaliikkeen kuluttajapoliittiseksi toimintaohjelmaksi. Tällainen ohjelma nähtiin juurettomana ja vailla sille välttämätöntä kantavuutta, kun sen tueksi tarpeelliset pitkän tähtäyksen tavoitteet oli määrittelemättä. Tämän perusteella edustajakokous KK:n hallintoneuvoston esityksestä päätti antaa KK:n hallituksen tehtäväksi laatia E-osuuskauppaliikkeen tavoiteohjelman ja siihen pohjautuvat kuluttajapoliittiset suuntaviivat.

Toimeksiannon perusteella KK:n hallitus nimitti kesäkuussa 1972 kaksi toimikuntaa laatimaan esityksiä edustajakokouksen edellyttämiksi ohjelmiksi.

Ohjelmavaltuuskuntaan nimitettiin puheenjohtajaksi Viljo Virtanen, varapuheenjohtajaksi Ele Alenius ja jäseniksi Elsa Aaltonen, Heli Astala, Jukka Elonen, Veikko Halonen, Matti Järvenpää, Alli Lahtinen, Sinikka Lujä-Vepsä, Eino Raunio, Väinö Ruokolainen, Marketta Semi, Taisto Siimes, Paavo Sinkka ja Keijo Sukki († 1. 2. 73). Liikkeenhoitajien neuvottelukunnan ehdotuksesta KK:n hallitus täydensi valtuuskuntaa 7. 3. 1973 nimittämällä siihen Väinö Koivunien ja Vilho Töyräksen. Valtuuskunnan tehtävänä oli rajata ohjelmatyön yleiset suuntaviivat, ottaa kantaa esille tuleviin perusongelmiin sekä tarkistaa ja hyväksyä toimituskunnan työn tulokset.

Ohjelmatoimituskuntaan nimitettiin puheenjohtajaksi Sakari Kiuru sekä jäseniksi Antti

Jäntti, Pekka Kuoppala, Veikko Oittinen, Mauno Rintakoski, Sirkka Räikkönen, Kalevi Suomela, Kyösti Suonoja ja Kerttu Vainio. Toimituskunnan tehtävänä oli valtuuskunnan ohjauksen alaisena koota tarvittava aineisto, ohjelman jäsentely ja kirjoitustyöstä vastaaminen. Toimikuntien sihteereiksi nimitettiin Viljo Ripatti vastaamaan ohjelmien kenttäkäsittelystä ja Eero Ollikainen kirjoittavaksi sihteeriksi. Lisäksi kirjoitustyöhön on osallistunut toimituskunnan jäsen Sirkka Räikkönen.

Ohjelmavaltuuskunta kokoontui kaikkiaan viisi kertaa työn eri vaiheissa. Ohjelmatoimituskunnan kokousten määrä kohosi 15:een. Lisäksi toimituskunta asetti työryhmiä eräiden yksityiskohtien selvittämistä varten ja kuuli monia asiantuntijoita.

Toimikuntien työn tuloksena on syntynyt kaksi toisiinsa nivoutuvaa ohjelmaa: E-osuuskauppaliikkeen periaateohjelma ja E-osuuskauppaliikkeen kuluttajapoliittinen tavoiteohjelma. Periaateohjelma on luonteeltaan yhteiskunnallinen. Siinä kuvataan vallitsevaa yhteiskunnallista ja taloudellista tilannetta sekä E-liikkeen tehtävää koko yhteiskunnassa. Kuluttajapoliittinen tavoiteohjelma käsittelee E-liikkeen käytännön työtä ja toimintaa kuluttajien etujärjestönä. Ohjelmien ilmaisemien periaatteiden ja tavoitteiden pohjalta on mahdollista laatia tarvittavat toimintaohjelmat.

Ulkomaiset ohjelmat

Ohjelmatyö aikana on pyritty selvittämään myös muiden maiden osuustoiminnallisia ohjelmia. Kansainvälisen Osuustoimintaliiton (KOL) periaatekeskustelut erityisesti Wienissä 1966 sekä kuluttajan

oikeuksien kansainvälinen julistus ovat olleet toimikuntien tukena ohjelmatyössä.

Vilkkainta ohjelmallinen keskustelu on ollut Pohjoismaissa. Tanskassa on laadittu alustusviikon kuluttajapoliittista ohjelmaa koskevan keskustelun aikaansaamiseksi. Ruotsissa on alettu työ kuluttajapoliittisen toimintaohjelman luomiseksi. Norjassa ryhdyttiin jo vuonna 1970 laatimaan kuluttajapoliittista toimintaohjelmaa. Se on tällä hetkellä jäsenkäsittelyssä, ja tarkoitus on saattaa se loppuun vuonna 1974. E-liikkeen toimesta nyt valmismistuneet ohjelmat ovat lajissaan ensimmäiset.

Ohjelmien kenttäkäsittely

KK:n edustajakokouksen päätös edellytti ohjelmaluonnosten alistamista laajaan käsittelyyn jäsenkunnan keskuudessa ennen niiden esittämistä edustajakokouksen päätettäväksi. Periaatekeskustelua valmisteltiin jo ohjelmatyön laatimisvaiheessa. Ohjelmaluonnosten valmistuttua joulukuun loppupäivinä virittyi keskustelu E-kiltojen ja AE-toimikuntien piirissä heti. Kaikkiaan yli 600 kiltaa ja lähes 40 AE-toimikuntaa lähetti kannanotonsa ohjelmatoimituskunnan käyttöön käsiteltävään ohjelmia omissa tai kaikille jäsenille tarkoitetuissa tilaisuuksissa. Monet osuusliikkeiden hallintokunnat antoivat ohjelmista omat lausuntonsa, ja lähes 50 osuusliikettä oli sitä varten kutsunut edustajiston jäsenet ylimääräisiin kokouksiin.

Useat E-liikettä lähellä olevat työväenjärjestötkin alistivat ohjelmat KK:n esittämän pyynnön perusteella omien jäsentensä käsittelyyn. Sadat ammattiosastot ja työväenpuolueiden perusjärjestöt ovat esittäneet omat kirjalliset näkökantansa ohjel-

mista. Samoin tekivät työväenliikkeen sivistys- ja naisjärjestöt. Lisäaineistoa ohjelmatoimituskunnalle antoivat myös nuorisojärjestöille pidetyt viisi ohjelmaseminaaria.

Kenttäkäsittely tuotti ohjelmia laatineille toimikunnille erittäin runsaan määrän aineistoa. Huomautukset ja muutokset keskittyivät muutamaiin ohjelman kohtiin. Suurin osa käsittelyyn osallistuneista katsoi luonnokset sellaisinaan hyväksyttäväksi. Niihin tehtiin n. 70 muutosta. Ohjelmien perusrakenne säilyi luonnosten mukaisena. Kenttäkäsittelyn jälkeen tehdyt muutokset heijastavat jäsenkunnan piiristä tulleita toivomuksia.

KK:n hallintoelinten tehtyä ohjelmiin vielä eräitä tarkistuksia esitykset E-liikkeen periaateohjelmaksi ja kuluttajapoliittiseksi tavoiteohjelmaksi ovat nyt valmiina KK:n 57. edustajakokoukselle esitettäväksi. Edustajakokouksen käsiteltävänä on niin ikään KK:n hallintoneuvoston hyväksymä ohjelmien toimeenpanoa koskeva ponsilauselmä. Kenttäkäsittely on osoittanut, että ohjelmilla on takanaan sekä E-liikkeen jäsenistön että laaja työväenliikkeen kannatus.

19. 4. 1973

Ohjelmatoimikunta

E-osuuskauppaliikkeen periaateohjelma

E-osuuskauppaliikkeen periaateohjelma

Edistysmielinen E-osuuskauppaliike on kuluttajien järjestö. Sen olemassaolo perustuu jäsenten tahtoon ja yhteistoimintaan kuluttajina. Jäsenet omistavat liikkeen ja hallitsevat sitä. Heidän tahtonsa mukaisesti E-liikkeen tulee palvella jäseniään ja muita kuluttajia.

E-liike pyrkii kuluttajien aseman vahvistamiseen osuustoiminnallisen yhteisomistuksen ja talouselämän kansanvaltaistamisen tietä. Se haluaa edistää ihmisten välistä tasa-arvoisuutta ja tukeutuu siinä jäsenjoukkojensa keskinäiseen solidaarisuuteen, yhteisvastuuseen. Nämä E-liikkeen omat perusarvot ovat koko työväenliikkeen arvokkaina pitämiä periaatteita. E-liike pyrkii osana työväenliikettä näiden perusarvojen mukaisen maailman rakentamiseen.

A. Kuluttajan asema yhteiskunnassa

Kuluttajina ihmiset käyttävät tavaroita ja palveluksia tyydyttääkseen tarpeitaan. Kuluttajien suuri enemmistö on palkkatyöläisiä sekä omasta työstään eläviä viljelijöitä ja pienyrittäjiä. E-liike toimii heidän elinehtojensa parantamiseksi.

Tuotanto ja siihen liittyvät toimet ovat syvästi yhteiskunnallisia luonteeltaan. Tuotanto koskettaa kaikkien ihmisten elämää. Ihmisille on siten elimellisen tärkeää, miten tuotanto ja tuotantotoimet järjestetään.

Tuotannon tehtävänä yhteiskunnassa on ihmisten tarpeiden tyydyttäminen. Kaupan tehtävänä on tavaroiden välittäminen tuotannosta kulutukseen. Tavaroita ja palveluksia on tuotettava sellaisina ja siinä määrin kuin ihmiset todella tarvitsevat. Tuotantotoiminnan tulee mukautua tähän.

Yksityiseen omistukseen perustuva tuotanto- ja kauppatoiminta eivät kuitenkaan pyri ensisijaisesti kuluttajien tarpeiden tyydyttämiseen. Tärkein tavoite on yrittäjävoittojen saaminen, jota yhä lisääntyvä tuotanto ja kulutus palvelevat.

Kuka päättää tuotannosta

Päätäntävalta tuotannosta jakautuu epätasaisesti. Tuotannosta päättävät omistusoikeutensa tai asemansa perusteella varsin harvat. Talouselämän ra-

kenne on kapitalismin lakien mukaisesti jatkuvasti keskittynyt ja päätöksenteko kasaantunut yhä harvemmille. Taloudellista valtaa käyttävien päätökset koskevat yhä suurempia ihmisjoukkoja ja yhä laajempaa tuotannon osaa. Kuluttajien mahdollisuudet ohjata valinnoillaan tuotantoa ovat hyvin rajalliset.

Taloudellisen päätöksenteon keskittyminen ja tarpeiden keinotekoinen luominen on monien tuotteiden kohdalla tehnyt mahdolliseksi kuluttajista ja tuotantokustannuksista riippumattoman hinnoittelun. Tavarahan hinta ei aina perustu valmistus- ja jakelukustannuksiin ja kohtuulliseen yrittäjäansioon.

Tuotanto ja kauppa keskittyvät

Tuotannon keskittyminen pakottaa ihmiset muuttamaan sinne, missä tarjotaan työtä. Palvelusten tarjonta siirtyy myös sinne, missä on eniten ihmisiä ja eniten rahaa kulutettavaksi. Jakelukaupan keskittyessä liiketaloudellisten laskelmiensa mukaisesti parhaat ja runsaimmat palvelut tulevat niille, joilla on varaa kuluttaa eniten. Vähäisten kulutusmahdollisuuksien varassa elävät väestöryhmät ja heidän asuma-alueensa jäävät heikkojen ja harvassa sijaitsevien palvelujen varaan. Näin tapahtuu sekä syrjäseuduilla että suurten asutuskeskusten reuna-alueilla.

Tulonjako

Kaikki kuluttamisen perustana oleva tulo syntyy työn tuloksena. Ihmiset saavat ansionsa osallistumisesta tavaroiden ja palvelusten tuotantoon. Tu-

lot eivät kuitenkaan jakaudu oikeudenmukaisesti toisaalta ihmisten työpanokseen ja toisaalta heidän tarpeisiinsa nähden. Työn mielivaltainen arvostaminen ja tahdon puuttuminen tuloerojen tasoittamiseen johtuvat yhteiskunnan valtasuhteista.

Kenelle suunnitellaan

Tuloerot merkitsevät ostovoiman epätasaista jakautumista. Ihmisten mahdollisuudet käyttää rahalla ostettavia tavaroita ja palveluksia ovat hyvin erilaiset. Kaikki kuluttajat eivät voi kohtuullisesti tyydyttää edes elämisen kannalta välttämättömiä tarpeita. Kun tavoitteena on voiton saaminen, tuotantoa ei suunnata palvelemaan kuluttajia tasapuolisesti. Tavarat ja palvelukset suunnitellaan pääasiassa niitä ihmisiä varten, joilla on eniten ostovoimaa.

Kuluttajiin vaikutetaan

Kaupallisen tiedonvälityksen keinoilla ihmisille uskotellaan, että heidän tarpeensa tulevat tyydytetyiksi tarjolla olevilla tavaroilla. Sosiaaliseen eriarvoisuuteen ja pätemiseen vedoten synnytetään tarpeita, joilla ei ole luonnollista pohjaa. Toisaalta vedotaan ihmisten heikkouksiin ja sellaisiin tunne-elämän tarpeisiin, joita ei voida tyydyttää millään tavaroilla.

Kulutuksen kieroutuu

Keinotekkoisten tarpeiden iskoaminen ihmisten mieliin johtaa kuluttajien todellisuudentajun kieroutumiseen. Hyödykkeiden tarkoituksena ei enää olekaan turvata ihmistä nälältä tai vilulta, kehittää hänen ymmärrystään ja kauneudentajuaan. Kulut-

tajista on tullut tuotannon palvelijoita. Heitä houkutellaan hylkäämään käyttötavaransa puolipitoisina, jotta voitaisiin tuottaa uutta ja yhä enemmän. Tuotteiden laatua saatetaan heikentää tarkoituksellisesti uuden kysynnän varmistamiseksi.

Kuluttaja ei aina päättä, millä hän tarpeitaan tyydyttää. Hänen on kulutettava, mitä on kaupan. Jakelukauppakaan ei yksin päättä, mitä se myy. Se myy, mitä valmistetaan. Yhä harvemmat päättävät, mitä valmistetaan. Päätöksentekijät ovat yhä kauempana kuluttajista.

Luonnonvarat ja saastuminen

Kun yhä enenevä tuotanto on nähty taloudellisen kasvun edellytykseksi, tuotantoa on pyritty kaikin keinoin lisäämään. Tällöin ei ole piitattu luonnonvarojen vähenemisestä tai tuotanto- ja kulutusjätteiden valvomattomasta ajautumisesta luontoon. Teollinen maailma tuhoaa luontoa kiihtyvää vauhtia. Maailman luonnonvarat ehtyvät nykyisin näkymän varsin pian, ellei tilanteen pikaiseen korjaamiseen kaikin keinoin lähdetä. Tulevat sukupolvet maksavat puuttuvina ja turmeltuneina luonnonvaroina laskun teollisen maailman rikkaan vähemmistön tuhlauksesta ja hyvinvoinnista.

Kun ihminen saastuttaa luonnon, myös ravinto saastuu. Ravintoaineiden jalostuksessa käytetään lisäaineita, jotka luonnollisesta ravinnosta poiketen rasittavat ihmisen elimistöä. Ravintoaineista puhdistetaan pois niihin luonnostaan kuuluvia osia, jotka olisivat välttämättömiä ihmisten terveydelle ja hyvinvoinnille.

Kuluttajan vaihtoehto

Edellä on luonnehdittu yhteiskuntamme tilaa ja sen kehitysnäkymiä sellaisina, kuin ne esiintyvät kuluttajien valtaenemmistön näkökulmasta. Vaikka markkinatalousjärjestelmä rajaa toimintamahdollisuuksia, osuuskauppaliike on kyennyt tarjoamaan kuluttajille vaihtoehdon.

Muutosta tarvitaan edelleenkin. Kuluttajien omaehtoinen yhteenliittyminen ja keskinäinen yhteistyö asemansa parantamiseksi on tehokas tapa saada korjausta vallitseviin oloihin. Osuustoiminnallinen järjestäytyminen on kuluttajien itsenäisen taloudellisen ja yhteiskunnallisen toiminnan laajapohjaisiin muoto.

B. Kuluttajat yhteistyössä

Kulutusosuustoiminnan tarkoituksena on jäsenten aseman parantaminen luomalla osto-, tuotanto-, jakelu- ja muita palvelujärjestelmiä, joiden toiminnassa kuluttajaväestön todellisten tarpeiden tyydyttäminen on ensi sijalla ja liiketaloudelliset menettelmät tätä palvelemassa. Kulutusosuustoiminta perustuu yhteisesti omistettuihin yrityksiin, demokraattiseen hallintoon sekä ihmisten ja heidän yhteisöjensä jäsenyyteen. Sen tarkoituksena ei ole tuottaa voittoa kenellekään yksityiselle, vaan etuja kaikille jäsenille.

Mitä on E-liike

E-liike valvoo kuluttajien etuja luomalla kaupallisia palveluja jäsenilleen ja muille kuluttajille sekä harjoittamalla määrätietoista etujärjestötoimintaa kuluttajaväestön aseman parantamiseksi.

E-osuuskauppaliike on henkilö- ja järjestöjäsenyyteen sekä keskinäiseen yhteistyöhön pohjautuva laaja kokonaisuus, joka jakelukaupan lisäksi harjoittaa muutakin palvelu- ja tuotantotoimintaa. E-liike harjoittaa laajaa yleishyödyllistä asuntorakennustuotantoa ja kuluttajakeskeistä vakuutustoimintaa. E-liikettä ovat myös jäsenten joustavina talletuslaitoksina toimivat säästökassat. Vakuutustoimintansa ja säästökassaliikkeensä sekä muun jäsen-

rahoituksen avulla E-liike pyrkii varmistamaan itsenäisen ja taloudellisesti riippumattoman toimintansa.

E-liikkeen piirissä on myös muita kuin osuuskuntamuotoisia yrityksiä. Niiden tulee toimia tämän ohjelman hengessä ja kansanvaltainen valvonta on ulotettava tehokkaana myös tähän toimintaan.

E-liike asettaa toimintansa tavoitteeksi kuluttajan edun. Tässä tarkoituksessa se valmistaa ja välittää kuluttajaväestön tarvitsemia tuotteita. E-liikkeen tuottamien tavaroiden ja palvelusten lajien ja laadun tulee perustua kuluttajien todellisiin tarpeisiin. Liike ei väärinkäytä kuluttajien luottamusta eikä pyri vaikuttamaan kuluttajien mielipiteisiin tavaroista ja palveluksista muuten kuin kertomalla näiden todellisista ominaisuuksista ja käyttötarpeista.

Taloudellista demokratiaa

Harjoittaessaan kauppaa ja tuotantoa E-liike on tähänastisella toiminnallaan pystynyt osoittamaan, että demokraattinen hallinto soveltuu myös taloudellisten asioiden hoitoon. Jäsenet ovat kyenneet tyydyttämään tarpeitaan entistä paremmin. Yhteistyöllään he ovat luoneet tyhjästä suuren järjestelmän palvelemaan heitä itseään. Kun suuri osa kulutustavaroiden jakelusta ja tuotannosta on näin kansanvaltaisen omistuksen ja valvonnan piirissä, sillä on ollut uudistava vaikutus koko talouselämään.

Kuluttajien tuleminen mukaan taloudelliseen päätöksentekoon osuuskauppaliikkeen kautta on vaikuttanut syvästi kehitykseen kaikilla niillä aloilla, joilla kulutusosuustoimintaa esiintyy. Kulutta-

jien yhteistyö on pakottanut yksityisen elinkeinoelämän seuraamaan osuuskauppaliikettä monilla toiminta-aloilla. Niiden tavoitteena ei tosin ole ollut kuluttajien etujen puolustaminen, vaan menestyminen kaupallisessa kilpailussa osuuskauppaliikkeen kanssa.

Kun E-liikkeen toiminta ja olemassaolo perustuvat jäsenten tahtoon ja yhteistyöhön, on tämän edistäminen tärkeää liikkeen kaikelle toiminnalle. E-liike pyrkii demokraattisen hallintojärjestelmänsä kehittämiseen ja jäsenten vaikutus- ja osallistumismahdollisuuksien lisäämiseen. Jäsenten omaehtoista yhteistoimintaa tulee tukea ja löytää siitä virikkeitä koko liikkeen toiminnan kehittämiseen.

Keskeiset toimintaperiaatteet

Toimiessaan osana työväenliikettä päämääriensä saavuttamiseksi E-osuuskauppaliike pitää kiinni puoluepoliittisen riippumattomuuden periaatteesta. Se nojautuu avoimeen jäsenyyteen, eikä aseta esteitä jäsenyyteen liittymiselle kenellekään, joka hyväksyy liikkeen pyrkimykset ja jäsenenä toimii näiden toteuttamiseksi. Liittyminen ja jäsenyys on vapaa- ja omaehtoista kansalaistoimintaa. Jäsenet hallitsevat E-liikettä yhteistoimin ja tasavertaisina.

Liiketoiminnasta kertyneen ylijäämän E-liike käyttää tavalla, joka estää yhtä jäsentä hyötymästä toisen kustannuksella. Ylijäämä käytetään toiminnan kehittämiseen sekä jaetaan jäsenille siinä suhteessa kuin nämä ovat käyttäneet hyväkseen liikkeen palveluksia. Osuuspääoman koron E-liike rajoittaa kohtuulliseksi.

E-liike harjoittaa valistustyötä valmentakseen jäseniään osuuskauppaliikkeen kansanvaltaiseen

hallitsemiseen ja innostaakseen kaikkia kuluttajia vaatimaan oikeuksiaan. Yleistä ja jäsenten etua edistää osuuskuntien keskinäinen ja tasavertainen yhteistyö sekä paikallisella, kansallisella että kansainvälisellä tasolla.

Kaupallinen palvelu

E-liike kehittää jatkuvasti kaupallisia palvelujaan kuten valikoimiaan ja lajitelmiaan kuluttajien tarpeiden mukaisesti. Tässä tarkoituksessa se selvittää kuluttajien tarpeita ja mielipiteitä tavaroista ja palveluksista.

E-liike hinnoittelee välittämänsä ja tuottamansa tavarat ja palvelut siten, että hinta peittää kohtuulliset valmistus- ja jakelukustannukset sekä tuottaa sellaisen ylijäämän liikkeen kehittämiseen, että kuluttajien edut voidaan tehokkaasti turvata tulevaisuudessakin.

E-liike suosii käteiskauppaa. Säännellyssä luotto-kaupassa se käyttää muotoja, jotka eivät sido luottonsaajaa myyjään eivätkä johda kuluttajan ylivelkaantumiseen.

Uudet kulutusmallit

E-liike ei alistu vain seuraamaan, kun yksityiseen voitonpyyntiin tähtäävä kauppa ja tuotanto yrittävät muokata kuluttajien tarpeita ja mielipiteitä omien etujensa mukaisiksi. E-liike luo jäsenjoukkojen tahdon ja todellisten tarpeiden mukaisia uusia kulutusmalleja vastapainoksi kapitalismin synnyttämälle kaupalliselle kulutukselle. Tässä tarkoituksessa E-liike harjoittaa itse ja tukee järjestyneeseen tuotantoon ja kulutukseen ohjaavaa tut-

kimustoimintaa ja valistustyötä.

Henkilökunta

E-liikkeen omat kuluttajapoliittiset toimet tähtäävät jäsenten ja muiden kuluttajien etujen mukaiseen toiminta- ja tavarapolitiikkaan. Tämä edellyttää liikkeen kaikkien työntekijöiden yhteistä tahtoa kuluttajien palvelemiseksi. Jotta työntekijät voisivat suorittaa tehtävänsä parhaimmalla tavalla, heidän on tunnettava ja omaksuttava E-liikkeen periaatteet ja tavoitteet. Tähän on henkilökunnan valinnassa ja koulutuksessa pantava painoa kaikilla tasoilla.

Jokaiselle työntekijälle on luotava mahdollisuus ammattitaitonsa kehittämiseen ja edellytystensä mukaiseen etenemiseen urallaan. Työ on kyettävä tekemään mielenkiintoiseksi ja työntekijöille on turvattava kunnolliset palkka- ja muut työehdot. Henkilökunnalle on E-liikkeessä jäsenenä turvattava mahdollisuudet osallistua E-liikkeen hallintoon. Työnantajana E-liikkeen on oltava esimerkillinen ja toimittava tasa-arvoisuutta toteuttaen ja samapalkkaisuusperiaatetta noudattaen. E-liikkeen henkilöstöpolitiikan tulee olla selkeää ja yhtenäistä kaikissa toimintayksiköissä ja kaikilla tasoilla.

Työntekijöiden osallistumismahdollisuuksia työn suunnitteluun on lisättävä. Työntekijöille on lisäksi yritysdemokratian keinoin luotava mahdollisuus osallistua osuustoiminnallisten yritysten päätöksentekoon varsinkin silloin, kun päätökset keskeisesti koskevat työntekijöitä itseään. Myös jäsenten etu edellyttää yritysdemokratiaa E-liikkeessä.

Suomalaisen yhteiskunnan ja talouselämän rakenne aiheuttaa sen, ettei E-liike voi turvata kuluttajien etuja toimimalla heidän hyväkseen vain kaupan- ja tuotannonharjoittajana. Näillä toiminnan aloilla osuuskauppaliike saattaa vain rajallisesti vaikuttaa niihin ehtoihin, joilla kuluttaja osallistuu markkinoihin.

Siksi E-liike pyrkii kuluttajien etujärjestönä vaikuttamaan koko yhteiskuntaan niin, että kuluttajien edut ja näkemykset tulevat otetuiksi huomioon.

E-liike vaatii, että yhteiskunta säätelee ja valvoo markkinoinnin ehtoja ja menetelmiä niin, ettei kuluttajan taloutta ja terveyttä vaaranneta eikä hänen mieltään päästä muokkaamaan hänelle itselleen epäedullisella tavalla.

Markkinoinnin tehtäväksi on asetettava hyödylisten tavaroiden ja palvelusten välittäminen kuluttajille. Tähän liittyy myös tiedottaminen tarjolla olevista hyödykkeistä ja niiden käytöstä sekä ominaisuuksista. Koska kuluttajat viime kädessä maksavat mainonnan, on mainonnan määrää rajoitettava ja sen sisällön totuudellisuutta valvottava.

Ihmisten oman valinnanvapauden ja heidän elämänsä vivahteikkuuden turvaaminen edellyttää asiallista ja monipuolista tiedottamista ja kriittistä suhtautumista siihenkin. Yhteiskunnan on todellisuuteen perustuvaa tiedonvälitystä tukemalla ja kehittämällä luotava edellytykset sille, että ihmisillä on tosiasiallinen mahdollisuus vapaaseen mielipiteenmuodostukseen.

Palvelujen saavutettavuus

Elinkeinorakenteen nopeasti muuttuessa vähittäiskauppa ei kykene kannattavasti turvaamaan peruspalveluksia kaikille kansalaisille. E-liike näkee palvelujen saavutettavuuden turvaamisessa päävastuun yhteiskunnalla, jonka ensisijaisesti yhteiskuntasuunnittelun keinoin tulee turvata palvelut kaikille jäsenilleen. Koska eriarvoisuus palvelusten saavuttamisessa perustuu suuresti tulonjaon epätasaisuuteen, E-liike pitää keskeisenä keinona tulonjaon tasoittamista.

E-liike tukee ja edistää toimenpiteitä, joilla kehitysalueiden ihmiset saatetaan muiden kanssa yhdenvertaiseen asemaan.

Yhteiskunnan on osallistuttava vastuun kantamiseen siellä, missä vähittäiskauppa on välttämättömien kuluttajien palvelemiseksi, mutta sen toiminta liiketaloudellisesti kannattamatonta. Käytännössä tämä tapahtuu helpottamalla kaupan toimintaedellytyksiä. Tämä edellyttää yhteiskunnan taholta vähittäiskaupan tehokasta ja tarkoituksenmukaista valvontaa.

Hyödykkeet ja kuluttaja

E-liike on koko toimintansa ajan kiinnittänyt huomiota myytävänä olevien tavaroiden turvallisuuteen ja terveellisuuteen ja vaatii, että elintarvikkeiden ja käyttöesineiden ominaisuuksia on valvottava yhteiskunnan toimin. Tarvikkeiden soveltuvuus tarkoitukseensa on tutkittava ja siitä on esitettävä riittävä selvitys. Tavaroiden ja pakkausten vakioinnilla ja yhtenäistämällä — standardisoinnilla — saavutetaan sekä taloudellisia säästöjä että käyttömukavuutta.

Tavaroiden valmistuksessa tulee ottaa huomioon valmistuksen, käytön ja hävittämisen ympäristölle aiheuttamat haitat. Yritysten on aiheuttajaperiaatteen mukaisesti osallistuttava ympäristön saastumisesta ja sen ehkäisemisestä syntyvien kustannusten kantamiseen. Tuotteita hinnoiteltaessa yritysten ympäristönsuojelukustannukset on kohdistettava nimenomaan niihin tuotteisiin, jotka saastumista aiheuttavat. Ympäristön kannalta tarkoituksenmukaiset tuotteet pääsevät tällöin muita edullisempaan asemaan.

Osuuskauppaliikkeen tulee kehittää tuotteitaan ja niiden valmistusmenetelmiä siten, että valmistusjätteet ja käytetyt tuotteet voidaan joustavasti palauttaa luonnon kiertokulkuun tai jalostaa uudelleen. Niiden tulee liittyä järkevästi myös käytettävissä oleviin luonnonvaroihin. Jakelukaupassa tulee suosia tällaisia tuotteita. E-liikkeen pitää vaikuttaa yhteiskunnallisiin päätöksentekijöihin, että tämä näkökohta tulee kaikkea tuotantoa velvoittavaksi.

Yhteistyösuhteet

Kauppa palveluelinkeinona on riippuvainen muusta yhteiskunnasta eikä voi toimia sitä piittaamatta. E-liike kokee itsensä yhteiskunnan palvelijaksi — ei omanvoitontavoittelijaksi, jonka toimintaa yhteiskunta vain rajoittaisi. E-liike toimii rakentaakseen ihmisille paremman yhteiskunnan.

Toimiessaan yhteiskunnan kehittämiseksi E-liike näkee kumppaneikseen muut yhteiskunnassa vaikuttavat edistykselliset voimat. Siten ovat syntyneet kiinteät siteet E-liikkeen sekä eri työväenjärjestöjen välille. E-liikkeen jäsenten valtaosa on

työväenpuolueiden kannattajia. E-liikkeen perusarvot ja tavoitteet ovat paljossa samat kuin poliittisen työväenliikkeen. Valistustyössä E-liike tekee tunnetuksi koko työväenliikkeen yhteisiä periaatteita. E-liike on kuitenkin kannanotoissaan riippumaton kaikkien puolueiden päätöksistä. Sen toiminnoista päättävät sen omat demokraattisesti valitut hallintoelimet.

Ammattiyhdistysliike ja E-liike toimivat yhdessä kuluttaja- ja palkansaaajaväestön etujen turvaamiseksi. Tämä yhteistyö ei rajoita kummankaan osapuolen itsenäistä päätösvaltaa omissa asioissaan.

Viljelijä on myös kuluttaja. Viljelijöiden ja muiden kuluttajien edut ovat perimmältään yhteiset. Siksi E-liike toimii palkansaaaja- ja viljelijäväestön yhdyssiteenä. Se poistaa turhat välikädet maataloustuotannon ja kulutuksen väliltä. Sen toimet tähtäävät molempien osapuolten etujen parantamiseen.

E-liike hyväksyy yhteistyön yksityisen elinkeinoelämän ja sen järjestöjen kanssa silloin, kun se näin vaikuttaa kuluttajien hyväksi taloudellisessa päätöksenteossa. E-liike ei sido itseään yksityiseen voitonpyyntiin pyrkivän elinkeinoelämän ratkaisuihin ja tavoitteisiin. Sen tehtävänä on puolustaa kuluttajien etuja.

Suhteessaan Suomen muuhun osuustoimintaan E-liike asettaa etusijalle omien jäsentensä tukemisen. E-liike näkee muun osuustoiminnan poikkeavan edukseen yksityisestä elinkeinoelämästä, mutta sekä historialliset että aatteelliset syyt vaikeuttavat osuustoiminnallista yhteistyötä Suomessa. E-liikkeen mielestä sen ja muun suomalaisen osuustoiminnan kanssakäymisen tulee perustua eri osapuolten jäsenten etuun ja vahvistaa koko osuustoiminnan asemaa suhteessa yksityiseen elinkeinoelämään.

C. Yhteistyötä ja solidaarisuutta yli rajojen

Osuustoiminta on laaja kansainvälinen joukkoliike, joka satojenmiljoonien ihmisten yhteistyöllä taistelee puutetta ja yhteiskunnallista epäoikeudenmukaisuutta vastaan. E-liike on Kansainvälisen Osuustoimintaliiton jäsenenä määrätietoisesti mukana tässä työssä.

Kaupan ja teollisuuden keskittyessä yhä harvempiin käsiin maailmassa osuuskauppaliikkeellä on keskeinen tehtävä kuluttajien etujen puolustamisessa ylikansallisia suuryrityksiä vastaan.

Kansainvälisen osuustoiminnallisen yhteistyön avulla voidaan helpottaa kuluttajien elämää monilla aloilla. E-liikkeellä on erityisen myönteisiä kokemuksia pohjoismaisesta osuustoiminnallisesta yhteistyöstä. Yhteistoiminnan jatkuva kehittäminen muiden maiden erityisesti Pohjoismaiden sekä Neuvostoliiton osuustoiminnallisten järjestöjen kanssa on E-liikkeen määrätietoisena pyrkimyksenä.

Rauhantahtoinen ja rakentava kansainvälinen yhteistyö kansakuntien välillä on omiaan vähentämään puutetta ja hätää sekä hälventämään ihmisten välisiä ennakkoluuloja. E-liike pitää tärkeänä Yhdistyneiden kansakuntien ja sen erityisjärjestöjen työtä paremman maailman puolesta ja tukee sitä omalla toiminta-alueellaan. E-liike edistää rauhantyötä, sillä sen mielestä rauha on ihmis-

kunnan paremman huomisen ehdoton edellytys.

Vallitsevista epäkohdista huolimatta suomalainen kuluttaja kuuluu etuoikeutettujen joukkoon. Valtaosa ihmiskunnasta elää jatkuvassa puutteessa. E-liike ja sen jäsenistö tuntevat yhteenkuuluvuutta ja yhteisvastuuta kehitysmaiden ihmisten kanssa. Osuustoiminta on keino lievittää puutetta kehitysmaissa. Tämän vuoksi E-liike harjoittaa kehitysyhteistyötä ja tukee kehitysmaiden pyrkimyksiä saada tuotteistaan oikeudenmukainen hinta. Taloudellisen yhteistyön tulee tapahtua kansainvälisten järjestöjen kautta.

Yhteiskunnan toimin olisi asetettava esteet tavaroiden tuonnille sellaisista maista, joiden epäinhimilliset tuotanto-olot tai rotusorron Yhdistyneet kansakunnat on tuominnut. E-liike pyrki siihen, että kuluttajat karttavat tällaisia tuotteita.

E-liike haluaa olla jäsentensä vapaaehtoisella ja suunnitelmallisella yhteistyöllä rakentamassa oikeudenmukaista ja hyvinvoipaa maailmaa. E-liikkeen päämääränä on sellainen yhteiskunta, missä ihminen ei ole toisen hyväksikäytön kohteena eikä hänen tarpeillaan keinotella ja haeta voittoa.

E-liike pyrkii siihen, että parempi maailma luodaan kansanvaltaisin menetelmin tasa-arvoisten ihmisten ja kansojen yhteistyöllä ja rauhan vallitessa. E-osuuskauppaliike on mukana tässä yhteistyössä kuluttajien ja maailman kaikkien ihmisten parhaaksi.

E-osuuskauppaliikkeen
kuluttajapoliittinen
tavoiteohjelma

E-osuuskauppaliikkeen kuluttajapoliittinen tavoiteohjelma

E-osuuskauppaliikkeen kuluttajapoliittisen tavoiteohjelman perustana on E-liikkeen periaateohjelma, johon sisältyy kuluttajan aseman yhteiskunnallinen tarkastelu. Periaateohjelmassa tähdennetään kuluttajien tarpeita kaiken taloudellisen toiminnan lähtökohtana ja kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien lisäämistä.

Periaateohjelman ajatukset ovat sopusoinnussa Kansainvälisen Osuustoimintaliiton kongressin vuonna 1969 antaman kuluttajan oikeuksien julistuksen kanssa, jonka myös E-liike on hyväksynyt. Julistuksen pääkohdat ovat seuraavat:

Kuluttajilla on oikeus kohtuulliseen ravitsemus-, vaatetus- ja asumistasoon.

Kuluttajilla on oikeus turvallisuuteen ja terveelliseen, saastumattomaan ympäristöön.

Kuluttajilla on oikeus kunnolliseen tavaraan, kohtuulliseen hintaan ja hyvään valikoimaan.

Kuluttajilla on oikeus saada tietoja tavaroista ja palveluksista sekä valistusta kuluttajakysymyksissä.

Kuluttajilla on oikeus vaikuttaa talouselämään ja osallistua sen kansanvaltaiseen valvontaan.

Sekä periaateohjelmassa että kuluttajan oikeuksien julistuksessa on kulutuksen tavanomaista käsitettä avarrettu siten, että kuluttajan oikeuksiin

luetaan myös terveellinen, saastumaton ympäristö. Tämä vaatii elintasoa ja kuluttajien etua koskevien käsitysten ja asenteiden uudelleenarviointia ja tähänastisten kulutustottumusten muuttamista.

Käsillä olevassa ohjelmassa hahmotellaan E-liikkeen toiminnalle tavoitteita, jotka lähentävät käytäntöä periaatteisiin. Näkökulma on kuluttajan. Vaikka ohjelmassa lähinnä puhutaan tavara-kaupasta, pätevät samat suuntaviivat soveltuvin osin E-liikkeen kaikkiin toimialoihin, myös asunto-tuotantoon, vakuutus- ja säästökassatoimintaan, vaikka niitä ei erikseen mainita. Tavoiteohjelma vaatii jatkokseen eri alojen yksityiskohtaisempia toimintasuunnitelmia. Toisaalta eri tasojen ohjelmat asettuvat limittäin, ja jo periaateohjelma ulottuu kohdittain käytännön alueelle.

Käytännön kuluttajapolitiikka E-liikkeessä

Kuluttaja kohtaa E-liikkeen asiakkaana myymälässä, E-säästökassan tallettajana, asunnon tarvitsijana, vakuutuksenottajana. Liikkeen hyväksymät periaatteet toteutuvat sen tarjoamassa tavarassa ja palveluksissa.

Luottamus

Markkinoilla vallitseva tavarun runsaus suo kuluttajalle teoriassa valinnan vapauden ja mahdollisuuden ohjata tuotantoa. Käytännössä tämä ei kuitenkaan toteudu. Yksityisellä kuluttajalla ei ole tietoja eikä aikaa tuotteiden vertailemiseen. Järjiperäistä valintaa vaikeuttavat todellisten ja näennäisten uutuuksien paljous sekä epäasialliset markkinointimenetelmät. Kuluttaja kokee olemattomiksi omat mahdollisuutensa vaikuttaa tavaravalikoi-
miin.

E-osuuskauppaliikkeellä on käytettävissään eri tavara-alojen asiantuntijoita sekä tutkimuksia ja kokeiluja varten henkilökuntaa ja välineistöä. Kuluttaja luottaa siihen, että hänen oma liikkeensä on tehnyt alustavan karsinnan tarjotuista tuotteista hänen puolestaan ja että valinnan lähtökohtana on asiakkaan etu. Kaikkien valikoimaan kuuluvien tavaroiden mukanaolo tulee olla perusteltu. Ostotilanteessa kuluttajalla on käytettävissään oman

ratkaisun pohjaksi tarpeelliset tiedot laatujen ja hintojen vaivatonta vertailua varten.

Kuluttajan on voitava luottaa siihen, että E-liikkeen tarjoamat tuotteet ja palvelut laadultaan ja hinnoiltaan ovat hänelle edulliset. Kuluttaja voi luottaa myös siihen, että hän omassa liikkeessään saa äänensä kuuluville.

Markkinointi

Markkinoinnissaan ja sen osa-alueilla E-liike lähtee kuluttajien tarpeiden tyydyttämisestä. Päähuomio kiinnitetään kuluttajien todellisiin tarpeisiin. E-liikkeen velvollisuus on kehittää ja myydä myös huomiotta jääville syrjäryhmille tarkoitettuja tuotteita ja huolehtia heidän palveluistaan.

Kun E-liike työskentelee monilla toiminta- ja tuotealoilla, se käyttää markkinoinnissaan erilaisia jakelukanavia saadakseen markkinoimansa tuotteet ja palvelut mahdollisimman monen kuluttajan ulottuville.

Perustana tiedot

Tavaravalikoimien ja palvelusten suunnittelun pohjaksi tarvitaan tietoja kuluttajan tilanteesta kuten tulojen jakaantumisesta ja kulutuksen rakenteesta, kotitalouksien tarpeista, suunnitelmista, ostotavoista ja ajankäytöstä, asuntojen säilytystiloista ja varustelutasosta. Edelleen tarvitaan tietoja tuotteiden ominaisuuksista ja käyttöarvoista, niiden vaikutuksesta ympäristöön sekä valmistusvaiheessa että jätteinä. Näitä tietoja saadaan pääosin ulkopuolisista lähteistä, mutta E-liike hankkii myös omin tutkimuksin tietoja tuotteista sekä kuluttajan

tarpeista, asenteista ja ostokäyttäytymisestä. Markkinointitutkimuksissaan E-liike noudattaa niitä periaatteita, jotka on määritellyt Markkinointitutkimuksen kansainvälisissä perussäännöissä.

E-liike käyttää muitakin kanavia tietojen keräämiseen. Näitä ovat sen omat kuluttajalautakunnat ja kuluttajien taholta tapahtuvat yhteydenotot sekä E-killoilta tulevat viestit.

Myymälähenkilökunnalle on järjestettävä hyvät mahdollisuudet kuluttajien ja omien kokemustensa ja esitystensä saattamiseksi E-liikkeen toimeenpanvien ja päättävien elinten tietoon.

Valikoimat ja tuotekehittely

Samalla kun tavoitteena on monipuolisia vaihtoehtoja tarjoavat tavaravalikoimat, on tuoteryhmiä jatkuvasti tarkasteltava kriittisesti kuluttajan tarpeista käsin. Näitä ovat terveellinen ravinto, ilmastoomme ja ihmisten elinolosuhteisiin soveltuva vaatetus, terveyden- ja puhtaudenhoitoon tarkoitettut aineet, kodinhoitoa helpottavat työvälineet, hyvin toimivat kalusteet, kehittävät lelut.

Hitaasti vaihtuvien ja pienituottoisten tavaroiden valikoimassa säilyttämistä on tarkasteltava myös palvelun kannalta.

Tärkeämpää kuin yksityisiin artikkeleihin kohdistuva suunnittelu, on E-liikkeen kannalta laajempien tuoteryhmien kehittäminen. Tällöin kiinnitetään huomiota kokonaisesti tuotannon aloihin, vaihtoehtojen mahdollisuuteen, tuotteiden karsintaan, yhdistelemiseen, standardisointiin, laadun-tarkkailuun ja pakkausten suunnitteluun.

E-liike tukee työväen kulttuuria pitämällä kaupan edistyksellistä kirjallisuutta ja muita kulttuuri-

tuotteita. E-liikkeen edun mukaista on edistää työväenlehtien levikkiä.

E-liike kehittää menetelmiä, joilla sekä kuluttajilta että tuotesuunnittelijoilta saadaan entistä nopeammin ja enemmän tuotealoitteita ja joilla niiden käsittelyä ja toteuttamista kaikin tavoin voimistetaan.

Elintarvikkeiden kohdalla kiinnitetään erityistä huolta niiden ruokatavaroiden laatuun, jotka kuuluvat suomalaisen päivittäiseen ruokavalioon. Ravitsemuksellisesti oikeiden ruokatottumusten omaksumista voidaan edistää tarjonnan ja kuluttajaneuvonnan avulla. Puhtaampia ja terveempiä tuotteita pyritään hankkimaan tekemällä sopimuksia erityisesti sellaisten viljelijöiden kanssa, jotka soveltavat luonnonmukaisia menetelmiä. Elintarviketeollisuuden valmisteita kehiteltäessä kiinnitetään huomiota kansanterveydellisiin näkökohtiin. Lisäaineiden käyttöä pyritään johdonmukaisesti vähentämään.

Välttämättömyysvaatteista, joilta ennen muuta vaaditaan käytännöllisyyttä ja kestävyyttä, luodaan turkitut ja kokeillut perusmallistot. Tähän ryhmään kuuluvat työvaatteiden ohella ulkoiluasut ja lastenvaatteet. Muidenkin pukineiden ja jalkineiden kohdalla tarvitaan muotilinjan rinnalle ajattomia mallistoja, jotka ovat jatkuvan tuoteparannuksen mutta ei nopeiden muotivaihtelujen alaisia.

Eri tuoteryhmissä kehitellään tarkoituksenmukaiset perusvalikoimat käyttäen apuna omia ja ulkopuolisia laboratorioita ja asiantuntijoita sekä kokeilu- ja vertailutyön tuloksia.

Pitkäjänteinen valikoimien suunnittelu ja tuotekehittely vaatii laatunormien asettamista sekä oman tuotannon noudatettavaksi että sovelletta-

vaksi ulkopuolelta ostettuihin tavaroihin.

Tuotesuunnittelussa on otettava huomioon standardisoinnin ja pitkien sarjojen kuluttajille tuomat edut.

Pakkausten kehittämissä pyritään omaleimaiseen linjaan, mihin sisältyvät standardisoidut koot, huokeat, helposti hävitettävät ja ympäristön kannalta tarkoituksenmukaiset materiaalit sekä selkeät merkinnät.

Tuotekehittelyä tehdään myös yhteistyössä ulkopuolisten hankkijoiden kanssa. Keskitetyn osto-voimansa avulla E-liike pyrkii vaikuttamaan muun teollisuuden normeihin ja laatutasoon.

Laaduntarkkailua kehitetään siten, että ennakolta ehkäistään valikoimaan sopimattomien tuotteiden mukaantulo ja että nopeasti päästään selville omassa tuotannossa tapahruneista virheistä.

Valitukset

E-liike turvaa kuluttajan edun vapaalla vaihto- ja palautusoikeudella, milloin tuotteessa on virhe tai kuluttaja pitää ostoa epätyytyttävänä. Kuluttajan kirjelomakkeiden kautta tai muuta tietä tulleiden valitusten hoitamiseksi on menetelmiä jatkuvasti kehitettävä, niin että kukin tapaus voidaan hoitaa viivytyksettä. Virheellinen tuote ja sen ostajalle aiheuttama vahinko korvataan.

Valitukset saatetaan aina asianomaisen hankinta- ja tuotantoyksikön tietoon. Milloin niistä ilmenee, että tuotteen valmistus- tai käsittelymenetelmässä on puutteita, on nämä korjattava.

Hinnat

E-liikkeen jatkuvan toiminnan edellytyksenä on kannattava kokonaismyynti. Hinnittelun tärkeimpänä ohjenuorana on pidettävä sitä, että tavaroiden hinta ja laatu ovat oikeassa suhteessa keskenään. Tavoitteena on palvelun ja tavaroiden laadun huomioon ottaen se, että keskimääräinen hintataso on aina kuluttajalle edullinen.

Organisaatiotaan ja työmenetelmiään jatkuvasti kehittämällä E-liike pyrkii pitämään tavaroiden jakelukustannukset mahdollisimman alhaisina.

Kuluttajille annetaan avointa tietoa hinnoista ja hinnoittelusta. Välttämättömänä pidetään selkeitä hintamerkintöjä ja yksikköhintojen ilmoittamista, mikä tekee kuluttajalle mahdolliseksi hintojen vertailun.

Erikoishintatarjousten tulisi kohdistua hyvänlaatuisiin vaihtoehtoihin, joita tällä tavalla tehdään tutuiksi ostajille. Kuitenkin on vakaa hintataso asiakaskunnalle edullisempi kuin jatkuvat erikoistarjoukset, jotka hämmentävät hintasuhteita ja vaikeuttavat ostosten suunnittelua.

Kuluttajaneuvonta

Kuluttajalla on oikeus olennaisiin tietoihin niiden tuotteiden ominaisuuksista ja käytöstä, joihin hän rahansa vaihtaa. Näiden tietojen antaminen sisältyy kuluttajaneuvontaan. Tiedot on mikäli mahdollista liitettävä itse tuotteeseen, jotta ne ostohetkellä ovat kuluttajan käytettävissä.

Pakkaustekstit muotoillaan niin, että ne selvästi ilmoittavat sisällön laadun ja paljouden sekä antavat tarpeelliset käyttöohjeet. Milloin tuote on sen

luonteinen, että päiväysmerkintä on paikallaan, tämä ilmoitetaan selväkielisenä.

Virallisesti vahvistetut ja yhteiskunnan valvomat tavaraselosteet liitetään tuotteisiin, milloin valmiita kaavoja on käytettävissä. Niiden puuttuessa laaditaan omia tuoteselosteita vastaavien tietojen ilmoittamiseksi.

Kulutustavaroita koskevan luotettavan tiedon leviämistä edistetään julkistamalla omien tutkimusten ja kokeilujen tuloksia. Jäsen- ja asiakaskunnan käyttöön hankitaan tietoja myös ulkopuolisilta tutkimuslaitoksilta.

Tuote- ja palvelukohtaisen opastuksen ohella pidetään tärkeänä myös yleisluonteista kuluttajaneuvontaa, kuten ravitsemustietouden levittämistä.

Myyvälän laajatehoisia mahdollisuuksia neuvontapaikkana käytetään hyväksi.

Mainonta

E-liike tuntee vastuunsa mainonnan vaikutuksesta koko yhteiskuntaan ja ottaa huomioon yhteiskunnassa tapahtuvat muutokset. Muutoksiin se vaikuttaa myös suosimalla työväenlehtiä mainosvälineinä.

Mainonnan tavoitteet nojautuvat E-liikkeen markkinoinnin tavoitteisiin. Sen tarkoituksena on hyödyllisen tiedon välittäminen kuluttajille, osuuskaupallisen liiketoiminnan tukeminen, mahdollisimman suuren kuluttajakunnan tavoittaminen, uusien jäsensuhteiden aikaansaaminen. Mainonnan sisältö on ensisijaisesti tietoa antavaa ja sellaiseen muotoon laadittua, että se herättää kiinnostusta ja luottamusta.

E-osuuskauppaliikkeen mainonta noudattaa la-

keja, asetuksia ja mainonnan kansainvälisiä perussääntöjä. Erityisesti korostetaan, että E-liikkeen mainonta

- on osa kuluttajan palvelua
- pyrkii kuluttajan luottamuksen saavuttamiseen
- on totuudenmukaista; ei anna virheellisiä, harhaanjohtavia tai väärinkäsityksiä aiheuttavia tietoja
- pyrkii ostajaa opastavaan, tiedotusluonteiseen ja mielenkiintoiseen toteuttamistapaan
- pyrkii saamaan kuluttajan hyväksymisen tuotteen omien ansioiden perusteella; ei käytä veto-omuuksia, jotka korostavat sosiaalisessa suhteessa esiintyviä eroja, pätemisen tarvetta, itsekkyyttä ja kateutta
- ei anna katteettomia lupauksia eikä käytä kilpailuja, kytkäisiä, lahjoja tai vastaavaa, joiden hyötyä kuluttajalle ei voida osoittaa
- ei ota mainonnan kohteeksi terveydelliseltä kannalta vaarallisiksi todettuja tuotteita
- pyrkii, tuotteiden esittelyn ohella, ohjaamaan kuluttajaa oikeaan ravinnon käyttöön ja tavoitteisiin, jotka kehittävät ihmisen fyysistä ja henkistä terveyttä
- tukee osaltaan osuuskauppaliikkeen periaatteiden tunnetuksi tuleamista.

Nämä säännökset koskevat myös osuuskauppalista julkaisu-, tiedotus- ja myyminen-distystoimintaa. Näitä sääntöjä toteuttamalla E-liike pyrkii vaikuttamaan yleisesti mainonnan ja muun julkistamisen kehittämiseen kuluttajan etujen mukaiseen suuntaan.

Koulutustoiminta

Työntekijät

E-liikkeen pyrkimysten toteuttaminen riippuu ratkaisevasti työntekijöiden yhteistyöstä, ammattitaidosta ja asenteista.

E-koulutuksen päämääränä on ensi sijassa hyvän ammattitaidon kehittäminen. Siihen kuuluu myös perehdyttäminen E-liikkeen periaatteisiin, kuluttajapoliittisiin tavoitteisiin ja yhteiskunnallisiin tehtäviin. Jotta työntekijät voisivat osallistua E-liikkeen kuluttajapolitiikan toteuttamiseen, on heidän tiedettävä sen perustelut ja tunnettava tavoitteet omikseen.

Luottamushenkilöt

Luottamushenkilöt ovat vaikuttajayksilöitä, joten heidän kuluttajakysymysten tuntemuksensa ja asenteensa heijastuvat yhteisten asioiden hoitoon myös osuuskauppaliikkeen ulkopuolella.

Hallintokuntiin ja jäsenoimikuntiin valittuina luottamushenkilöinä jäsenet osallistuvat oman osuusliikkeensä ja koko E-liikkeen päätöksentekoon ja toiminnan ohjaamiseen. Jotta he osaltaan voisivat vaikuttaa liikkeen kehittämiseen kuluttajajärjestönä, odotetaan heiltä E-liikkeen periaatteiden ja kuluttajapoliittisten tavoitteiden tuntemusta ja niiden omaksumista toimintaohjeeksi. Kuluttajapoliittisten kysymysten selvittelyn tulee näin ollen sisältyä olennaisena osana luottamushenkilöiden koulutukseen.

Koulutuksen tulee innostaa luottamushenkilöitä perehtymään kotipaikkakuntansa kuluttajien käy-

tännön ongelmiin ja aktiivisesti osallistumaan epäkohtien korjaamiseen. Tämän kokemuksensa avulla he voivat antaa arvokkaan panoksen kuluttajakysymysten käsittelyyn koko maata koskevalla tasolla.

Valistustyö

Valistustyön avulla tehdään tunnetuksi osuustoiminnan periaatteita, E-liikkeen rakennetta ja toimintaa sekä käsitellään yleisiä kuluttajapoliittisia kysymyksiä. Se tähtää kaikilta osiltaan kansanvaltaisuuden ja E-liikkeen jäsenvoiman vahvistamiseen.

Valistustyössä kiinnitetään keskeistä huomiota jäsenkunnan kasvattamiseen kriittiseksi kuluttajiksi, jotka ovat selvillä yhteistyön merkityksestä kuluttajakunnan aseman parantamiseksi, tuntevat vastuunsa ja oikeutensa osuusliikkeen jäsenenä sekä tahtovat aktiivisesti osallistua oman osuusliikkeen ja koko E-liikkeen kehittämiseen kuluttajien palvelu- ja kuluttajapoliittisena etujärjestönä. Sen yhtenä osana on neuvonta, jonka tarkoituksena on välittömästi tukea jäsenten taloudenpitoa antamalla tietoja hyödykkeiden laadusta ja käytöstä sekä opastusta kodinhoitoon liittyvissä taidoissa.

Edelleen valistustyö merkitsee yhteydenpitoa jäsenistöön ja sen erityisryhmiin. Valistustyön tehtävänä on myös esitellä E-liikettä julkisuudessa ja tehdä sen tavoitteita tunnetuksi.

Varsinkin nuoriso on voimakkaan kaupallisen väärinkäytön kohteena. E-liike pyrkii osaltaan kasvattamaan nuorisosta itsenäisiä ja yhteiskunnallisesti valveutuneita kuluttajia, jotka tiedostavat voittoa tavoittelevan kaupallisen markkinoinnin epä-

kohdat ja omaksuvat osuustoiminnallisen ajattelutavan.

Koko järjestön valistustyössä on erityisesti paikallisilla jäsenoimikunnilla merkittävä tehtävä. Ne muodostavat kaksisuuntaisen tiedotuskanavan, joka toisaalta tekee osuustoimintaa tunnetuksi paikkakunnallaan, toisaalta tuo jäsen- ja asiakaskunnan ehdotuksia ja toivomuksia liikkeen johdon ja henkilökunnan sekä keskusjärjestön tietoon.

Työmuodoissa pyritään joustavasti mukautumaan jäsenkunnan muuttuviin tarpeisiin. Seuraamalla kiinteästi yleisen kuluttajapolitiikan tapahtumia tuodaan sen piiristä ajankohtaisia aiheita omaan toimintaan ja omasta työstä viedään asioita kuluttajakysymysten julkiseen pohdintaan.

Oma lehdistö ja muut julkaisut ovat tehokkaita valistustyön välineitä. Varsinkin lehdillä on erittäin tärkeä merkitys kuluttajatietouden levittämisessä laajan jäsenjoukon keskuuteen ja lisäksi ne tarjoavat keskustelupaikan kuluttajakysymysten monipuoliselle käsittelylle.

Toiminta kuluttajien etujärjestönä

E-osuuskauppaliike pyrkii vahvistamaan kuluttajien asemaa ensi sijassa omalla työllään jakelukauppan, tuotannon ja valistustyön alalla. Sen ohella se toimii kuluttajien etujärjestönä suhteessaan muuhun talouselämään ja julkiseen valtaan. Joka-päiväisessä työskentelyssä E-liikkeelle kertyy suuri määrä kokemusta ja tietoa kuluttajan tilanteen epäkohdista. Koska se ei pysty kaikkia näitä itse korjaamaan, se tekee aloitteita painostaen julkista valtaa ryhtymään lainsäädännöllisiin ja muihin toimiin.

E-liike tukee kuluttajaa suojelevan lainsäädännön aikaansaamista ja parantamista. Sen erityisen huolenpidon kohteena on jatkuvasti elintarvikelainsäädännön kehittäminen ja valvonnan tehostaminen. Elintarvikelainsäädännöllä on keskeinen sija kuluttajan terveyden suojelemisessa ja E-liike katsoo, että sen määräyksiä tiukentamalla on mahdollista vähentää sitä kemiallista räsitusta, jonka alaiseksi ihminen kasvavassa määrin on joutunut. Samasta syystä on nopeasti kehitettävä ympäristöä koskevaa lainsäädäntöä.

Edelleen E-liike näkee tärkeäksi sellaisen lainsäädännön kehittämisen, joka vahvistaa ja suojelee kuluttajan asemaa markkinoiden osapuolena. Tämä edellyttää erityistä lainsäädäntöä ostajan ja

myyjän velvollisuuksien ja oikeuksien määrittämiseksi sekä markkinoinnin ehtoja selventäviä säännöksiä. Tällöin on estettävä kuluttajan kannalta sopimattomien markkinointikeinojen ja -ehtojen käyttö sekä yleensä kuluttajan harhaanjohtaminen. Oikeudenhaun helpottamiseksi on perustettava eduskunnan oikeusasiamiehen viran kaltainen kuluttaja-asiamiehen virka ja kehitettävä tavanomaisista nopeampi ja kuluttajalle huokea oikeuskäsitteilyn muoto.

Yksityisiä kilpailunrajoituksia on tehokkaasti valvottava ja kuluttajan edun vastaiset rajoitusjärjestelmät on purettava. Sopimaton menettely elinkeinotoiminnassa on saatettava yleisen syytteen alaiseksi rikokseksi. Kaikkien tuotteiden kohdalla on voitava edellyttää käyttäjän turvallisuuden takaamista.

Osamaksukauppaa on valvottava ja sen ehdot tulee säätää sellaisiksi, ettei kuluttajan riippuvuutta luotonsaajana voida käyttää hyväksi. Pysyvä hintavalvontalaki suo yhteiskunnalle mahdollisuudet tarkkailla ja tarvittaessa säädellä kaikkia hintoja, maksuja ja vuokria.

E-liike katsoo, että yhteiskunnan varoin tapahtuvaa kuluttajatutkimusta on lisättävä. Kuluttajakasvatus on sisällytettävä peruskoulun opetusohjelmaan ja kuluttajavalistuksen levittämistä julkisissa tiedotusvälineissä on tehostettava. Kunnallisten kuluttajalautakuntien perustamista ja niiden riittävien toimintaedellytysten turvaamista pidetään tärkeänä. Lautakunnat olisi saatava lakisääteisiksi.

E-liike pyrkii vaikuttamaan julkisen vallan kuluttajapolitiikkaan antamalla lausuntoja mietinnöistä ja lakiesityksistä ja luovuttamalla toimihen-

kilöittää komitea- ja toimikuntatyöhön.

E-liikkeen tehtävänä on puolustaa vähäväkisten etuja kaikilla yhteiskuntaelämän aloilla. Tämä näkemys ilmenee sen kannanotoissa ja toimissa, koskivat ne sitten ympäristönsuojelua, yhdyskuntasuunnittelua, aluepolitiikkaa, asuntotuotantoa, kaupallisten palvelusten saavutettavuutta, julkisten palvelusten kehittämistä tai muita laajoja kysymyksiä, jotka viime kädessä vaikuttavat ihmisten elämän laatuun.

Ponsilauselma

Kulutusosuuskuntien Keskusliiton 56. edustajakouksen päätöksen mukaisesti on valmistettu ehdotukset E-osuuskauppaliikkeen periaateohjelmaksi ja kuluttajapoliittiseksi tavoiteohjelmaksi.

Ohjelmaluonnokset ovat olleet laajassa kenttäkäsittelyssä E-osuuskauppaliikkeen ja sitä lähellä olevien työväenjärjestöjen piirissä. Hallintoneuvosto on saanut tietoonsa osuusliikkeiden ja osuuskauppaliittojen lausunnot sekä eri työväenjärjestöjen mielipiteet.

Huomattavan laaja ja aktiivinen osallistuminen ohjelmaluonnosten käsittelyyn osoittaa jäsenkunnan ja työväenjärjestöjen suurta kiinnostusta E-osuuskauppaliikkeen periaatteita ja tavoitteiden määrittelyä kohtaan. Jäsenet, heidän edustajansa ja lausunnonantajat ovat kauttaaltaan pitäneet ohjelmia erittäin tarpeellisina ja samalla lukuisilla ehdotuksillaan vaikuttaneet ohjelmien kehittämiseen.

Kuluttajan elinehdot ovat sitten osuuskauppaliikkeen perustamisen merkittävästi parantuneet. Lukuisat epäkohdat on kyetty korjaamaan. Tämä ei kuitenkaan ole merkinnyt ongelmien loppumista, vaan uusia on syntynyt. Niiden suuruus ja vaikutuksen laajuus antaa aiheen vakavaan huoleen. Epäkohtien perussyynä on ollut se, ettei yksityiseen omistukseen pohjautuva tuotanto- ja kauppatoimin-

ta ole pyrkinyt ensisijaisesti kuluttajien tarpeiden tyydyttämiseen. Tärkein tavoite on ollut yrittäjävoiton saaminen. Sitä palvelemaan on pantu lisätty tuotanto ja kulutus.

Kuluttajan mahdollisuudet vaikuttaa tuotteiden valmistukseen ja jakeluun ovat jatkuvasti vähäiset. Hänen voimattomuuttaan käytetään hyväksi. Samanaikaisesti kun keskeisiä kuluttajan tarpeita jää tyydyttämättä, yhteisiä voimavaroja tuhlaataan keinotekoisen kysynnän ja näennäisen tavararunsauuden luomiseksi. Tämä merkitsee usein myös ihmisen elinympäristön huonontumista.

E-osuuskauppaliike tarjoaa tässä tilanteessa mahdollisuuden muutokseen. Osuustoiminnallisen järjestäytymisen ja yhteisomistuksen sekä talouselämän kansanvaltaistamisen tietä E-osuuskauppaliike pyrkii kuluttajien aseman vahvistamiseen. Se haluaa edistää ihmisten välistä tasa-arvoisuutta ja nojaa siinä jäsenjoukkojensa keskinäiseen yhteisvastuuseen. Tässä pyrkimyksessään se hakeutuu yhteistyöhön muun työväenliikkeen kanssa.

E-osuuskauppaliikkeen edustaman kulutusosuustoiminnan tarkoituksena on luoda osto-, tuotanto-, jakelu- ja muita palvelujärjestelmiä, joiden toiminnassa kuluttajaväestön todellisten tarpeiden tyydyttäminen on ensi sijalla ja liiketaloudelliset pyrkimykset tätä palvelemissa. Kun suuri osa kulutus-tavaroiden jakelua ja tuotantoa saadaan näin kansanvaltaisen omistuksen ja valvonnan piiriin, se vaikuttaa uudistavasti kaikkeen talouselämään. Kokonaisuuteen kiinteästi kuuluvalla etujärjestötoiminnallaan E-osuuskauppaliike vaikuttaa taas koko yhteiskuntaan siten, että kuluttajan edut ja näkemykset otetaan huomioon.

Toimiessaan osana työväenliikettä päämääriensä

saavuttamiseksi E-osuuskauppaliike pitää kiinni puoluepoliittisen riippumattomuuden periaatteesta. Se nojautuu avoimeen jäsenyyteen eikä aseta esteitä jäsenyyteen liittymiselle kenellekään, joka hyväksyy liikkeen pyrkimykset ja jäsenenä toimii näiden toteuttamiseksi. Liittyminen ja jäsenyys on vapaa- ja omaehtoista kansalaistoimintaa. Jäsenet hallitsevat E-osuuskauppaliikettä yhteistoimin ja tasavertaisina.

Liiketoiminnasta kertyneen ylijäämän E-osuuskauppaliike käyttää tavalla, joka estää yhtä jäsentä hyötymästä toisen kustannuksella. Ylijäämä käytetään toiminnan kehittämiseen sekä jaetaan jäsenille siinä suhteessa kuin nämä ovat käyttäneet hyväkseen liikkeen palveluksia. Osuuspääoman koron E-osuuskauppaliike rajoittaa kohtuulliseksi.

E-osuuskauppaliike harjoittaa valistustyötä valmentaaakseen jäseniään osuuskauppaliikkeen kansanvaltaiseen hallitsemiseen ja innostaakseen kaikkia kuluttajia vaatimaan oikeuksiaan. Yleistä ja jäsenten etua edistää osuuskuntien keskinäinen ja tasavertainen yhteistyö sekä paikallisella, kansallisella että kansainvälisellä tasolla.

E-osuuskauppaliikkeen periaateohjelmassa on esitetty kokonaisvaltaisesti kuluttajan ongelmat sekä osuustoiminnan keinot epäkohtien poistamiseksi ja kuluttajan elinehtojen parantamiseksi. Toiminnassaan koko yhteiskunnan kehittämiseksi E-osuuskauppaliike nojaa edistyksellisten voimien lujaan yhteistyöhön ja kansainväliseen osuustoimintaan. E-osuuskauppaliikkeen päämääränä on yhteiskunta, missä ihminen ei ole toisen hyväksikäytön kohteena eikä hänen tarpeillaan keinotella ja haeta voittoa.

Periaateohjelmaan pohjautuvassa kuluttajapo-

liittisessä tavoiteohjelmassa tarkennetaan liikkeen pyrkimykset kuluttajien etujärjestönä ja määritellään menetelmät, joilla kuluttajan edut otetaan huomioon E-osuuskauppaliikkeen omassa tuotanto-, jakelu- ja muussa palvelutoiminnassa.

KK:n hallintoneuvosto on, saatuaan ohjelma-toimituskunnan ja -valtuuskunnan sekä KK:n hallituksen käsittelemät esitykset, ne osaltaan hyväksynyt ja ehdottaa edustajakokoukselle,

että E-osuuskauppaliikkeen periaateohjelma ja kuluttajapoliittinen tavoiteohjelma hyväksytään,

että KK:n hallitusta kehoitetaan laatimaan periaateohjelman pohjalta eri alojen yksityiskohtaisia tavoiteohjelmia ja toimintasuunnitelmia, että KK:n hallitus velvoitetaan tekemään ohjelmia tunnetuksi mahdollisimman laajalti, että keskusjärjestöjen ja osuusliikkeiden hallintokunnat valvovat ohjelmissa asetettujen tavoitteiden toteuttamista ja

että toteutumisesta annetaan vuosittain selostus KK:n edustajakokoukselle.